

# «Die CVP zeigt sich poppig – das kann nicht funktionieren»

BERN. Betont positiv steigt die CVP in den Wahlkampf 2015. Expertenurteile zur Kampagne sind allerdings vernichtend.

«Love», «Familie», ein oranges Herz: Mit solchen Buttons, die an potenzielle Wähler verschenkt werden, und Plakaten mit dem Slogan «Wir machen uns stark für Familien» startet die CVP in den Wahlkampf 2015. «Unser Motto ist: Mach dich stark! Wir machen mal etwas ganz Neues, eine positive und frohe Kampagne!», so CVP-Generalsekretärin Béatrice Wertli.

Was positiv daher kommen soll, weckt bei Kommunikationsexperte Lahor Jakrlin aber das nackte Grauen: «Die CVP gibt sich poppig und das zeigt, weshalb es nicht funktionieren kann.» Pop-Art sei eine Stilrichtung der 60er- und frühen 70er-Jahre. «Wer es poppig mag, ist heute 60 und älter – also näher bei Exit als einer Familiengründung.» Auch Politologe Louis Perron ist überzeugt: «Giveaways sind meistens Geldverschwendung.» Nur wenn sie



**CVP-Generalsekretärin Béatrice Wertli: «Wir machen mal etwas ganz Neues.»** KEYSTONE

helfen würden, die Botschaft der Partei deutlich zu transportieren, könnten sie allenfalls den Zweck erfüllen. Bei schwarzen «Love»-Buttons und Herzen sei dies aber fraglich. Doch von der Seite der CVP sieht man

das anders: «Buttons sind zeitlos, richtige Evergreens», sagt Wertli. Bei der Parteibasis sei daher das kleine Werbebesenken gut angekommen.

Auch die Plakate mit dem Slogan «Wir machen uns stark

für Familien» ernteten bei Jakrlin Kritik: «Nur Einzelpersonen können wählen, keine Familien – der einzelne Wähler wird dabei nicht angesprochen.»

NICOLE GLAUS